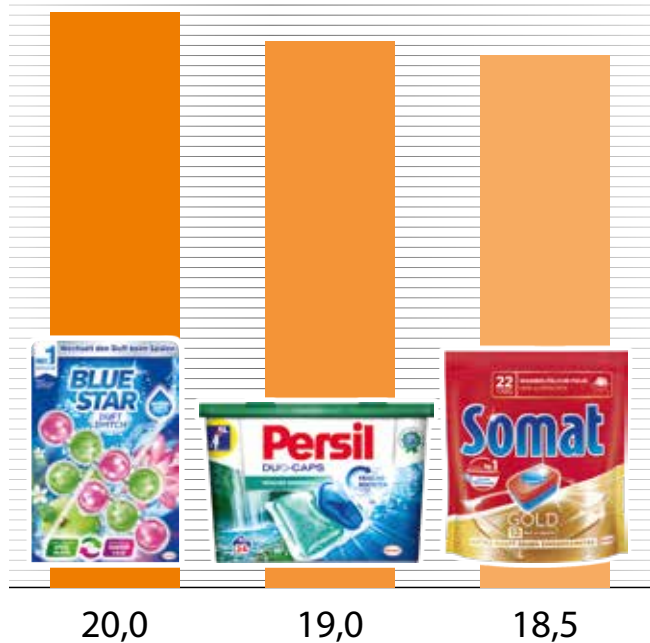




- 1. Platz:** Blue Star Duft Switch 20,0%
- 2. Platz:** Persil Duo-Caps Frischer Wasserfall..... 19,0%
- 3. Platz:** Somat Gold 12 Multi-Aktiv..... 18,5%



In Sachen Waschmittel & Reiniger dürfte man sich bei Henkel auskennen. Diesen Schluss legt zumindest die Tatsache nahe, dass das Unternehmen das „best launches“-Siegerpodest der Kategorie heuer komplett für sich gebucht hat: Gold, Silber und Bronze gehen heuer an starke Henkel-Brands, aber an völlig unterschiedliche Produkte.

GUTE LÖSUNG. Beginnen wir bei Platz 3: Mit einer guten Mischung aus Effektivität und Convenience ließ „Somat“ heuer von sich hören: So kam im Sommer „Somat Gold 12 Multi-Aktiv“ in völliger neuer Form auf den Markt: Einerseits sorgt bei diesem Produkt eine verbesserte Formel für noch bessere Spülergebnisse, selbst bei Eingebrautem. Außerdem hat Henkel die Tabs mit einer wasserlöslichen Folie ausgestattet, was nicht nur Abfall reduziert, sondern den Konsumenten auch Zeit erspart, denn die Tabs können jetzt direkt aus der Verpackung in die Dosierkammer des Geschirrspülers gegeben werden. Apropos Verpackung: Auch diese punktet mit einem großen Vorteil: Denn „Somat Gold 12 Multi-Aktiv“ kommt in einem Beutel mit praktischem Zipp-Verschluss. Die Tabs bleiben somit auch nach dem ersten Öffnen optimal geschützt. 18,5% der Konsumenten wollen laut unserer Mafo dieses Produkt auf jeden Fall kaufen.

FALL-STUDIE. Die Silbermedaille darf sich Henkel in der Waschmittel-Abteilung aufhängen, denn auf Platz 2 liegen die „Persil Duo-Caps“ in der Variante „Frischer Wasserfall“. Den Verbrauchern gefiel hier offensichtlich nicht nur die emotional positiv aufgeladene Variantenbezeichnung und der damit assoziierte Duft, sondern sicher

auch der hohe Convenience-Faktor. Wie gewohnt werden die „Persil Duo-Caps“ nämlich einfach direkt in der Trommel der Waschmaschine platziert. Fehldosierungen sind somit ausgeschlossen.

WIND OF CHANGE. Ein besonders innovatives Konzept – ebenfalls aus dem Hause Henkel – schaffte es heuer in der Kategorie Waschmittel & Reiniger auf Platz 1. Fakt ist, dass die menschliche Nase Düfte, die konstant über längere Zeit vorhanden sind, nicht mehr wahrnimmt. Deshalb wurden bei „Blue Star Duft Switch“ jeweils zwei verschiedene Düfte miteinander kombiniert. So riechen diese neuartigen WC-Hygiene-Steine im trockenen Zustand anders als wenn gespült wird, was dem WC ein besonderes Frische-Gefühl und dem Runterlassen fast schon einen kleinen Fun-Faktor verleiht. Zu haben sind unterschiedliche Varianten, nämlich „Apfelblüte & Wasserlilie“, „Meeresfrische & Zitrus“ sowie „Süßer Pfirsich & Roter Apfel“.

IMMER TOP. Beim Blick auf den langfristigen Vergleich der Launches innerhalb der Kategorie Waschmittel & Reiniger fällt übrigens auf, dass Henkel generell ein gutes Händchen für vielversprechende Neuheiten hat: Unter den Top 10-Produkten seit Beginn unserer Aufzeichnungen (2007) finden sich sechs Henkel-Produkte. Und alle drei heuer prämierten Henkel-Launches liegen übrigens innerhalb der All-time-Top-8.

„Konsumenten sind vermehrt auf der Suche nach innovativen oder sogar disruptiven Konzepten und Produkten. Sie wollen Abwechslung und Neues ausprobieren. ‚Blue Star Duft-Switch‘ bietet neben hoher Qualität auch einen besonderen Zusatznutzen – im konkreten Fall Duftwechsel bei jeder Spülung –, den es bisher in dieser Kategorie nicht gab. Die Innovation hat mitgeholfen, unsere klare Nummer 1-Marktposition weiter auszubauen.“

Georg Grassl, General Manager Österreich Laundry & Home Care Henkel